



FRIEDRICH-ALEXANDER
UNIVERSITÄT
ERLANGEN-NÜRNBERG

PHILOSOPHISCHE FAKULTÄT
UND FACHBEREICH THEOLOGIE

Institut für
Wirtschaftswissenschaft

Prof. Dr. Matthias S. Fifka

Kochstr. 4 (17), 91054 Erlangen
Tel.: +49 (0)9131/85-22376
Fax.: +49 (0)9131/85-22060

Themenbereiche Bachelor- und Zulassungsarbeiten Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmensethik

(Stand 01. August 2017)

Im Rahmen dieser Themenbereiche entwickeln Sie in einem begleitenden Seminar und in Abstimmung mit Ihrem/r Betreuer/in eine konkrete Fragestellung der Arbeit. Die Betreuung von Bachelorarbeiten in Kooperation mit einem Unternehmen findet nur statt, wenn eine Betreuungszusage vorliegt.

Themengebiete:

Corporate Social Responsibility/Nachhaltigkeit:

- Die Wahrnehmung von NGOs durch deutsche Unternehmen
- Social Responsibility von NGOs
- Kooperation zwischen Unternehmen und NGOs – Chancen und Herausforderungen
- Die soziale Verantwortung krimineller Organisationen
- Die Entwicklung eines Leitfadens für Unternehmen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Nachhaltigkeits-Audits: Eine Literaturanalyse
- Vergleich der CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen in Deutschland und in Entwicklungsländern
- Vergleich der CSR-Aktivitäten von Unternehmen in entwickelten Ländern und Entwicklungsländern
- CSR in lateinamerikanischen Ländern (Mexico, Brasilien, Peru, Argentinien etc.)
- CSR in multinationalen Unternehmen aus Lateinamerika
- Vergleich der CSR-Aktivitäten von multinationalen Unternehmen und deren Tochtergesellschaften in Lateinamerika
- Vergleich der Nachhaltigkeitspolitik in den Ländern der Europäischen Union
- Nachhaltigkeitsberichterstattung in kleinen und mittleren Unternehmen
- Stakeholder-Management

- Nachhaltigkeitsberichterstattung von NGOs
- Stakeholder-Management in kleinen und mittleren Unternehmen

Wirtschafts- und Unternehmensethik:

- Wie gehen große Konzerne mit dem zunehmenden Wohlstandsgefälle in der Gesellschaft um?
- Verankerung und Gestaltung von wirtschaftsethischen Themen in den Lehrplänen der Realschulen
- Verankerung und Gestaltung von wirtschaftsethischen Themen in den Lehrplänen der Gymnasien
- Marktwirtschaft als Instrument der Friedensicherung
- Unternehmen als Entwicklungsagent
- Moralische Urteilskraft und Unternehmensethik
- Christliche Sozialethik und Unternehmensführung

Urheberrecht:

- Die Ökonomie des Urheberrechts
- Rechtfertigungsmodelle des Urheberrechts
- Auswirkungen des File-Sharing auf die Film- und Videoindustrie
- Der Schutz geistigen Eigentums – Wirtschaftsfaktor oder Gerechtigkeitsfrage?
- Creative Commons – Gegenentwürfe zum klassischen Urheberrechtsschutz

Corporate Governance:

- Vergütungssysteme des Top-Managements auf dem Prüfstand
- Frauen in Führungspositionen – feste Quote oder Flexiquote?
- Der Deutsche Corporate Governance Kodex als Maßstab für gute Corporate Governance
- Der europäische Corporate Governance Rahmen – nationale Ansätze im Vergleich
- Corporate Governance Indizes und Performance in Emerging Markets

Strategisches Management:

- Strategisches Management und ethische Reflexion
- Organisationale Zielsetzungen und ethische Reflexion
- Koopetition und strategisches Management
- Strategie als Praxis (Strategy as Practice)
- Heuristik, Strategieentwicklungsprozesse und ethische Reflexion
- Strategische Drift in sozialen Unternehmen
- Strategisches Management von multinationalen Unternehmen aus Entwicklungsländern
- Fair Trade als Strategie
- Nachhaltigkeit, Innovation und Geschäftsmodellentwicklung
- Managementphilosophie und Strategie

- Wertebasiertes Management / Value-based Management / Mission-driven Management

Kooperationen mit Unternehmen und anderen Organisationen

- Klimaschutz-Controllingsysteme in Kommunen (mit der Stadt Erlangen)
- Mechanismen hinter erfolgreichen Klimaschutzkampagnen (mit der Stadt Erlangen)
- Stakeholder/Netzwerk Analyse zur Energiewende / Klimaschutz in der Metropolregion

Vor dem Hintergrund der Marketing- und Organisationswissenschaften

- Sharing und Alternative Ökonomie: Ressourcen, Akteure und kritische Fähigkeiten
- Die Grenze zwischen kommerzieller und nicht-kommerzieller Sharing Ökonomie
- Formen von Eigentum in der Sharing / Alternativen Ökonomie
- Social Entrepreneurship: Akteurskonzepte, Praktiken und Narrative
- Phänomene der Sharing / Alternativen Ökonomie
- Die Bedeutung von Verzicht in Konsumgesellschaften